(projeções de slides e vídeos, de alta qualidade, realizados nos centros de visitação).

Para que o negócio ecoturístico não seja apenas um devaneio de idealistas ele é concebido como um negócio, capaz de garantir a sua auto-sustentabilidade. Isto permite retorno sobre o capital investido e uma abordagem profissional de mercado. A conservação do meio ambiente não apenas é uma das boas conseqüências desta atividade como a sua "galinha dos ovos de ouro" afinal, o recurso que mais atrai ao visitante é a Natureza em seu estado primitivo e a oportunidade de intercâmbio com comunidades locais autênticas.

Desta forma o negócio muitas vezes precisa incorporar desafios relacionados a atividades agro-pecuarias ou de outros serviços, inclusive para garantir a sua viabilidade econômica. Isto é fundamental: o ecoturismo isolado de outras atividades econômicas na maioria das vezes não apresenta viabilidade.

O planejamento pressupõe não apenas estudos preliminares, mas igualmente mecanismos de avaliação. Mais importante que caprichar na criação do empreendimento é torna-lo algo vivo, dinâmico, capaz de absorver os requisitos da demanda. O perfil dos clientes muda, e mesmo que não mude seus gostos, interesses e afinidades mudam.

Mesmo que conte com informações a partir de pesquisas de demanda e a contribuição de especialistas para sua operação, o empreendimento exige avaliação constante. Afinal, trata-se de uma operação complexa, onde os mínimos detalhes podem fazer a diferença. Entre os mecanismos estão o questionamento direto do empreendedor, a participação de terceiros para questionar, de forma técnica e organizada, bem como mecanismos de auto-preenchimento, como o livro do visitante e o livro de reclamações. Estes são mecanismos para sustentabilidade econômica tão importantes quanto o fluxo de caixa consolidado e atualizado.

Conclusão

O ecoturismo é, antes de tudo, uma atividade empresarial. Uma oportunidade de negócios para micro e pequenos empresários. Não garante riquezas fáceis e imediatas, porém poderá resolver a sobrevivência de proprietários rurais e famílias de agregados.

A sua beleza está em ser politicamente correto, ambientalmente sustentável, socialmente viável e economicamente atraente. Para os proprietários rurais com áreas naturais o ecoturismo é muitas vezes a única saída econômica de baixo impacto e baixo custo.

É a oportunidade de dar valor ao que chamávamos de mato, fundo de quintal, e que permanentemente o fogo lambia. É, em muitos casos, a solução para a proteção dos mananciais, para garantir a dimensão econômica da conservação.

Aos poucos se apercebe que a cachoeira do fundo da mata, o brejo das marrecas, e mesmo o arroz de carreteiro, o doce-de-leite puxa-puxa, ou a moda de viola do fim da tarde; tudo que a memória tocou pro eito mais recôndito, se for re-interpretado e apresentado para os novos povos urbanos como produto para o lazer e turismo, pode receber uma destinação nobre e gerar renda. O ecoturismo utiliza binóculos que enxergam riquezas onde nada havia de útil para a floresta plantada, a pecuária ou à agricultura.

O que diferencia o Brasil do resto do mundo não é o preço mais barato da carne, das autopeças ou do aço, e sim, o trinômio turístico - autenticidade de sua cultura única, ambiente em estado natural e a sociedade multicultural - É este o ouro do Brasil!

Por que há tão pouca atenção para as questões econômicas dos empreendimentos de ecoturismo?

Carlos Carbonell

Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales de la Universidad Externado de Colombia
DEA en Antropología Social y Etnología de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París (EHESS)
Candidato a doctorado en Antropología Social y Etnología de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París (EHESS)
Docente investigador de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia

LAS CIUDADES COMO ESCENARIOS DE LA ENSOÑACIÓN CITIES AS REVERIE'S SCENARIES

CITIES AS A BREEDING GROUND FOR URBAN IMAGINARIES

Resumen

El presente ensayo plantea una serie de consideraciones en torno a las relaciones entre la actividad turística y los imaginarios urbanos, a partir de las cuales es posible formular una lectura del turismo desde una perspectiva sociocultural. Los vínculos existentes entre itinerarios e imaginarios son analizados a la luz de la historia reciente, cuando se densificaron las redes globales de circulación, se mejoraron las tecnologías de transporte y comunicaciones y se popularizó la idea del viaje. Todos estos fenómenos confluyen en las ciudades contemporáneas, convirtiendo a las metrópolis en escenarios de encuentro entre turistas, habitantes y actores sociales que párticipan de diversas formas en las dinámicas generadas por el turismo y el aprovechamiento del tiempo libre, dando lugar a una reflexión sobre el papel del sector turístico en los procesos de construcción de ciudadanía.

Palabras clave: aglomeraciones urbanas, construcciones imaginarias, representaciones vinculantes, *flâneur*, símiles, "sociudad", crecimiento económico, turista-explorador, dinámicas sociales de consumo, ciudad-ficción, imaginario-transnacional, *badaud*, expresiones socioculturales.

Abstract

This essay develops a series of considerations concerning the relationships between tourist activity and urban imaginaries allowing a concept of tourism to be formulated from a socio-cultural perspective. The existent ties between itineraries and imaginaries are analysed in view of recent history, in which global transport networks have increased, transport and communication technologies have improved and the idea of travelling has become more popular. All these phenomena converge in contemporary cities, converting the metropolis into meeting grounds for tourists, inhabitants and other social actors who participate in diverse ways in the dynamics created by tourism and free-time activities. The article concludes with a reflection on the role of the tourist sector in the process of constructing citizenship.

Key Words: *Built-up urban areas, imaginary constructions, establishment of links, flâneur, similes, city-society, economic growth, tourist-*

explorer, social dynamics of consumerism, city-fiction, transnational-imaginaries, badaud, socio-cultural expression.

> Es inútil decidir si ha de clasificarse a Zenobia entre las ciudades felices o entre las infelices. No tiene sentido dividir las ciudades en estas dos clases, sino en otras dos: las que a través de los años y las mutaciones siguen dando forma a los deseos y aquellas en las que los deseos, o logran borrar la ciudad o son borrados por ella.
>
> Italo Calvino
> *Las ciudades invisibles*

En esta ocasión se hará un "ensayo" sobre las transformaciones que han experimentado las ciudades en relación con los recorridos efectuados por habitantes y visitantes, haciendo especial referencia a las construcciones imaginarias que surgen de esta dinámica y hacen parte constitutiva de las situaciones culturales propiciadas por las actuales aglomeraciones urbanas.

En tanto escenarios donde confluyen los imaginarios individuales y colectivos, las ciudades son centros que facilitan la producción, difusión y circulación de "representaciones vinculantes", cuyos nexos se extienden siempre hacia un "afuera" que cada día amplía sus fronteras y permite a quienes transcurren en ellas enriquecer su idea del mundo.

En el ámbito de su relación con el espacio y la sociedad, las ciudades son, en sí mismas, un espectáculo audiovisual, traducido con frecuencia a lenguajes narrativos que abarcan el sueño, la creación literaria, el rodaje cinematográfico y los itinerarios de viaje. La ciudad plantea múltiples posibilidades espaciales al individuo, quien a través de sus recorridos se apropia de ella de una manera y en un sentido particular, generando dinámicas de encuentro con los hombres, las imágenes, los objetos y la historia (Augé, 1997a).

Las ciudades y los imaginarios que circulan en ellas han venido transformándose mutuamente en el devenir de la historia, al tiempo que son transformados por ésta. Es por ello que todo imaginario es asimismo un itinerario por el tiempo y las sociedades, una "composición" hecha de evocaciones y ensueños.

La etnología es una "disciplina" que proporciona los instrumentos para comprender el turismo en las ciudades en tanto fenómeno social que se encuentra vinculado a una trayectoria histórica. Como el turista, el etnólogo visita, recorre y "observa". La observación debe entenderse aquí como un acto que involucra plenamente la corporalidad. A través de su aplicación atenta, el etnólogo se propone dilucidar los signos y los síntomas proyectados por las ciudades en tanto hechos urbanísticos y socioculturales, de los cuales el turismo participa intensamente en la actualidad.

Con la presente indagación se intenta realizar un acercamiento a las transformaciones y continuidades que pueden reconocerse en los imaginarios del viajero urbano en la modernidad. Los cambios en la estructura de las ciudades y la variedad de sujetos urbanos producidos por las condiciones sociales de nuestra contemporaneidad determinan la aparición de nuevas "formas de la ensoñación", expresión con la cual se quieren designar las múltiples modalidades empleadas para representar la vida en las metrópolis.

Para el explorador de lo social, "viajar por la cultura sería una forma de 'encantamiento del mundo', y no propiamente un conocimiento científico de la realidad" (Ortiz, 1998: 10). Este será, pues, un itinerario personal de reflexión por las sendas que se han dispuesto en las ciudades y los textos como señuelos para el viajante, reivindicando "... la alquimia secreta que transforma, de un momento a otro, en el ojo del caminante, los lugares en estados del alma y el alma en paisaje" (Augé, 1997a: 140).

Los viajeros como expresión de la "sociudad" burguesa

> Para recorrer esa ciudad no hay mejor compañero que la propia imaginación; se cruza uno con más sombras y fantasmas que con vivos.
>
> Pierre D'Espagnat
> *Dos nidos de gerifaltes*

El antepasado del turista es el viajero. Los viajeros del siglo xix crearon visiones de las ciudades haciendo uso de estrategias narrativas próximas a la poesía y la novela, habituales en una época en la cual aún no se habían desarrollado las actuales tecnologías de expresión y difusión de los imaginarios. Esta intención no es casual, si se tiene en cuenta que la literatura de ese entonces ya había explorado la puesta en ficción de los grandes conglomerados urbanos hallada en autores como Poe y Baudelaire.

El advenimiento del romanticismo y la ciudad moderna en Europa trajo consigo la aparición de nuevos personajes urbanos, entre los cuales destaca la figura del *flâneur*. El *flâneur* es el hombre que deambula por las calles en busca de historias curiosas o insólitas para vender a los editores de periódicos y folletines en la París previa a las reformas del barón Haussmann (1859). Bajo su apariencia ociosa y desgarbada, el *flâneur* cultivaba las "artes de hacer nada" (Benjamín, 1999) que caracterizaron a los poetas y escritores de la época. Sus producciones literarias cumplían la misma función de los "panoramas", pinturas de moda en Europa por aquellos tiempos. A través de ellas se quería proponer una semblanza de la ciudad, una visión de conjunto que abarcara sus lugares más significativos. Las "fisiologías", nombre con el cual se conocían las descripciones hechas por los escritores con motivos variados (París a caballo, París de noche, París en el agua), buscaban satisfacer el gusto de la naciente sociedad burguesa, lectora asidua de los folletines. La proliferación de estos relatos condujo, por su carácter anecdótico y fragmentario, a una notable distorsión de la realidad que hizo de París una "ciudad fantasmagórica" (Benjamín, 1999).

Esta "fantasmagoría" es reencontrada en las descripciones hechas por los viajeros en Latinoamérica durante el siglo xix. El viajero en las ciudades se convierte en *flâneur*: deambula por las calles y las letras describiendo paisajes y costumbres. "¡Cuántas veces, cuando las sombras cubrían el suelo, me he echado a vagar por las calles!" (Cané, 1997: 114). Los "artificios poéticos" empleados por los visitantes europeos –o los latinoamericanos "europeizados" como Miguel Cané– para la descripción de las ciudades se hallan presentes aún en los relatos de diplomáticos que tenían como misión hacer informes oficiales para su gobierno sobre la vida en los principales núcleos de población de los países visitados. Ambos relatos, el del *flâneur* y el del viajero, tienen varios elementos en común. En primera instancia, su carácter *panorámico*. Esto escribía Georg Wegener, viajero y escritor alemán, sobre su llegada a Cartagena a finales del siglo xix:

> "... el viajero procedente de Barranquilla goza dos veces de la vista de la ciudad desde el mar, las dos diferentes y ambas grandiosas [...] Echamos anclas muy cerca de su imagen de contornos claros y nítidos, sobre la cual arde el brillante sol de la tarde. ¡Una vista esplendente y maravillosa! La luminosa superficie del puerto, flanqueada a derecha e izquierda por tupidos mangles, parecía en partes un espejo centelleante, en otras los soplos de viento la encrespaban con franjas verde esmeralda. Ante nosotros y dominando el puerto se alzaba en semicírculo la vieja ciudad con sus poderosos bastiones flotantes de sillares grises, oscuros jardines verdean sobre ellos, imponentes cúpulas de iglesias y enormes conventos y cole-

gios se alzan hacia el cielo" (WEGENER, 1997: 90-91).

Al adentrarse en sus calles, la descripción del viajero busca aprehender en un breve recuento las distintas manifestaciones de la ciudad que se presentan ante sus ojos, pero siempre creando una imagen de la urbe que no la agota, sino que define apenas sus principales rasgos. El texto de WEGENER explora con entusiasmo otros recursos literarios, como la *hipérbole* ("¡Una vista esplendente y maravillosa!") y la *metáfora* ("... parecía en partes un espejo centelleante..."), lo cual conduce al mismo efecto distorsionador que encontramos en los relatos del *flâneur*. De este modo, el viajero contribuye a la creación de imaginarios urbanos a través de diversas estrategias narrativas, que le otorgan a su visión de las ciudades una connotación próxima al mito[4].

Otra característica de estos relatos de viaje es su continua y abundante evocación de otras ciudades –en especial europeas– o sus lugares representativos. En efecto, el referente europeo es fundamental para comprender la ciudad latinoamericana, especialmente en las ciudades burguesas del siglo XIX, en las cuales se hizo evidente una "... creciente tendencia a imitar las formas de vida que prevalecían en las grandes ciudades de Europa" (ROMERO, 1999: 297-298). Basta citar algunos ejemplos:

"Como en España, es agradable echar un vistazo a esos espaciosos patios, cerrados por rejas primorosas, rodeados de galerías donde rumorean las fuentes entre bananos de enormes hojas. Los frentes ostentan ventanas protegidas por rejas y pequeños balcones, cubiertas por lagos cortinados, *muy al estilo de Sevilla y Granada*" (WEGENER, 1997: 92).

Los frecuentes *símiles* realizados por los viajeros entre las ciudades europeas y latinoamericanas no se limitaban a su evidente y estrecho vínculo con la ciudad española. JOSÉ MARÍA LISBOA –brasileño– describía las Galerías Arrubla en Bogotá (actual Palacio Liévano) como "... un gran edificio de dos pisos, que también tiene en el pavimento de la calle una arcada *que imita las galerías del Palais Royal*" (LISBOA, 1997: 98). MIGUEL CANÉ, por su parte, describía la noche bogotana de 1881 como presa de "... un silencio absoluto, *algo como la apagada calma veneciana*, sin el grito natural y monótono de los gondoleros que se dan la voz de alerta" (CANÉ, 1997: 115). Por su parte, PIERRE D'ESPAGNAT, en su visita a Cartagena, rememoraba el encantador puerto francés sobre el Atlántico: "... y otra vez aparece el mar más allá de la tierra estrecha que se ve a la izquierda y que, efectivamente, no era más que una isla larga y angosta; *su aspecto recuerda al de una Saint Malo ecuatorial*, con la que, por lo demás, tiene un extraño parecido por su silueta y por su destino" (D'ESPAGNAT, 1997: 149).

Es a partir de mediados del siglo XIX cuando los imaginarios urbanos comienzan a adquirir un carácter "global", si se entiende la globalización como el fruto de un largo proceso histórico que, a partir del primer viaje de Colón a América y hasta la caída del Muro de Berlín, tiene a Europa como centro geográfico, político y cultural. Los viajeros de la época se hallaban ya insertos en las cada vez más densas redes transnacionales de intercambio económico y social, actuando al mismo tiempo como sus protagonistas privilegiados (en aquel tiempo, el viaje era aún una costumbre y un privilegio de las élites). El asombroso apogeo que experimenta la sociedad burguesa con la segunda revolución

[4] Es importante recordar que la mundialización del viaje nace con el ideario romántico, estrechamente ligado tanto con el ánimo de liberación como con el mito nacional, ambos creadores de discurso estético.



industrial y el auge del imperialismo (1871) le da un nuevo esplendor a las ciudades europeas, estimulando en las élites urbanas de las nacientes repúblicas latinoamericanas el deseo de asimilar, ya no en el imaginario sino en la realidad, los nuevos estándares de vida de las grandes metrópolis.

"Fue en las capitales y en los puertos donde hallaron su escenario propio las nuevas burguesías, allí donde se recibía primero el correo de París o Londres, donde vivían extranjeros que llevaban consigo el prestigio europeo, donde estaban instaladas las sucursales de los bancos y las casas de comercio extranjeras. Y allí apareció la obsesión –y la ilusión– de crear un estilo de vida cosmopolita, o para decirlo más exactamente, europeo" (ROMERO, 1999: 340-341).

Los viajes que emprendían los miembros de la sociedad burguesa latinoamericana –urbana por definición– a las ciudades europeas también contribuían a mundializar los imaginarios de los grandes centros metropolitanos, exhortando a los dirigentes locales a plasmar en el espacio y la sociedad urbana sus visiones de ensueño. No obstante, esta "ilusión" se hallaba muy lejos de la situación vivida por la mayoría de centros urbanos en Latinoamérica. Los testimonios de sus visitantes, cuando pasan de la retórica poética a una mirada atenta y consciente de su entorno, dan cuenta de ello. Esto escribía JOHN HAMILTON en su visita de 1824 a la capital colombiana: "La ciudad está construida sobre una pendiente y el agua baja en torrentes por las cunetas arrastrando consigo la suciedad a un pequeño río que rodea la capital. Unos cuantos faroles de gas serían un gran progreso para Bogotá y le permitirían al pasajero pasear de noche con más comodidad y seguridad bajo los muros sombríos de los monasterios, conventos y casas, sin temor de recibir un machetazo o de que lo ahoguen en el agua de Bogotá" (HAMILTON, 1997: 17).

Las difíciles condiciones, tanto para el viajero como para el habitante de estas ciudades, persisten hasta bien entrado el siglo XIX. Algunos lo explican en virtud de su condición periférica: "El extranjero vive mal en Bogotá, sobre todo cuando su permanencia es transitoria. Los hoteles son deplorables y no pueden ser de otra manera. Bogotá no es punto de tránsito para ninguna parte" (CANÉ, 1997: 136).

Esta enorme brecha entre la ciudad europea y la latinoamericana no se presenta sólo en términos de infraestructura. Los rezagos de la "sociedad dual" heredada de la época colonial (ROMERO, 1999) acrecentaban las dificultades de consolidar la "sociudad" deseada por la élite burguesa, cuya intención era claramente aristocrática frente a la gran cantidad de pobladores que se hallaban ajenos a sus proyectos y sus aspiraciones. La reseña que hace CANÉ de su llegada a Bogotá constituye una sugerente descripción de las dificultades para la inserción de la modernidad en las ciudades latinoamericanas (expresada en la figura del carruaje), debido a las condiciones sociales preexistentes: "La calle [...] estaba materialmente cuajada de indios [...] Los indios, que impedían el tránsito del carruaje [...] presentaban el mismo aspecto. Mirar uno, es mirar a todos. El eterno sombrero de paja, el poncho corto hasta la cintura, pantalones anchos, a media pierna y descalzos. Algunos, con el par de alpargatas nuevas [...] cruzado a la cintura" (CANÉ, 1997: 112).

En esta cita, el viajero produce también imágenes de los "otros". La homogeneización de las percepciones sobre la alteridad que allí se plantea es significativa, pues manifiesta un profundo desconocimiento de las necesidades y anhelos de las sociedades. Esta descripción es representativa de los imaginarios que Europa había construido sobre las sociedades exóticas o no occidentales hasta el siglo XIX, tendientes a crear tipologías "esencializantes"



que no daban cuenta de la multiplicidad de manifestaciones de las culturas no europeas del planeta, como tampoco de sus potencialidades y aspiraciones. Los integrantes de estas comunidades fueron también objetos –y podría decirse víctimas– de la ensoñación, que aplicada a la realidad social y a las prácticas políticas se tradujo con frecuencia en infortunados equívocos.

Los imaginarios del turismo en las ciudades contemporáneas

"La modernidad acumula y concilia" (AUGÉ, 1997a: 147). El "ideal de modernidad" durante el siglo XX buscó la integración del hecho urbano del pasado con las lógicas del progreso y el desarrollo, tanto en lo social como en lo arquitectónico. No obstante, en este período la preocupación fundamental de los países latinoamericanos consistió en la inserción de las ciudades a las dinámicas del crecimiento económico y la urbanización acelerada, en un proceso histórico donde intentó satisfacerse la aspiración a reproducir los modos de vida occidentales. Este proceso, con algunas variaciones y sin haber alcanzado su punto de culminación debido a las dificultades estructurales de los países en desarrollo, persiste en la actualidad.

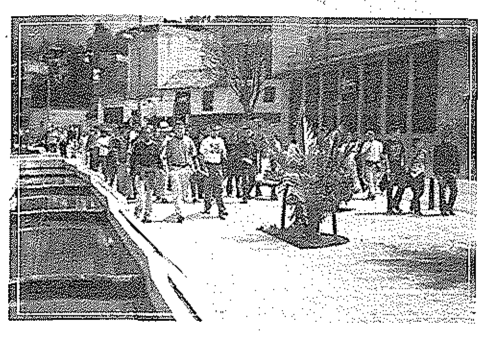
Entretanto, el turismo se consolidó como una dinámica vinculada estrechamente a las lógicas del mercado. En las ciudades, el arte del callejeo practicado por el *flâneur* es reformulado por la popularización del viaje y la aparición de la figura del turista-explorador de los lugares urbanos. Pese a sus diferencias, ambos personajes comparten su condición de "usuarios y consumidores" de la ciudad en tanto hecho social y espacial.

Es importante señalar que el *flâneur* no era un personaje marginal. Por el contrario, hacía parte de la pequeña burguesía, y "flanear" era asimismo una práctica pequeño-burguesa, por su ejercicio del ocio y sus vínculos con las lógicas económicas: "El burgués lee, el *flâneur* escribe, pero ambos participan de la mercantilización de la sociedad" (BENJAMÍN, 1999). El ejercicio de observación del *flâneur* está vinculado a las dinámicas sociales del consumo, y su mercado es la ciudad imaginada.

Ambas figuras, la del turista y la del paseante, se encuentran en las ciudades contemporáneas. La complejidad del hecho urbano en la actualidad multiplica los itinerarios y lugares para el esparcimiento, la contemplación y la coproducción de imaginarios. En una época de capitalismo avanzado, "... 'flanear' los itinerarios urbanos es un modo de entretenimiento asociado a la mercantilización moderna y a su espectacularización en el consumo" (GARCÍA CANCLINI, 1995: 97).

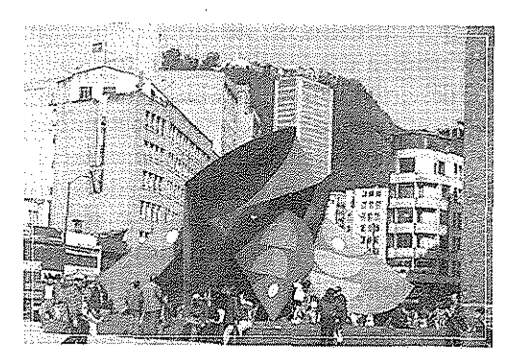
Las ciencias sociales han adoptado recientemente la expresión de la ciudad como "puesta en escena", metáfora que evoca los efectos de teatralidad y representación de las ciudades vinculadas a los flujos y redes transnacionales de difusión mediática, intercambio económico y encuentro cultural. Los sujetos urbanos participan de esta performatividad escénica: "Ser *flâneur* [...] no es sólo un modo de experimentar la ciudad. 'Es, más bien, un modo de representarla, de mirarla y de contar lo visto' " (RAMOS, citado en GARCÍA CANCLINI, 1995: 97).

El paseo por las ciudades puede entenderse como una operación de consumo simbólico que integra los fragmentos en que se despedaza la metrópoli moderna. La "retórica del paseo" pretende instaurar un orden en la ciudad. No obstante, ese orden es radicalmente arbitrario: "Ahora la ciudad es como un *videoclip*: montaje efervescente de imágenes discontinuas" (GARCÍA CANCLINI, 1995: 100). Esto es lo que encuentra el visitante foráneo en sus recorridos, ciertamente fugaces, que sólo le dejan "impresiones" (en su mente, pero también en sus registros fotográficos o fílmicos) de una realidad urbana que no alcanza a abarcar con su mirada. Se crea así una nueva "composición imaginaria" definida por la casualidad de las opciones adoptadas por el turista quien, de manera más o menos libre, crea un recorrido inédito por los lugares de la urbe y, con ello, su propia representación de la ciudad vivida (foto 1).

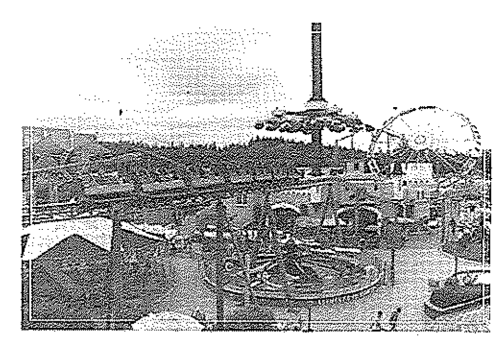

Foto 1. Caminantes en un recorrido histórico por el Eje Ambiental.

La acción del turista se convierte en una "práctica ritual" que tiene como objetivo asignarle sentido al flujo de los acontecimientos (GARCÍA CANCLINI, 1995: 47). Cada turista *compone* su relación con los lugares visitados en el ámbito de su espacio privado, a través de las imágenes, los objetos y los recuerdos que ha logrado acumular en el viaje y que se transforman en eventos narrativos cuando son transmitidos a su entorno social. De este modo, los turistas se convierten en productores de ensoñaciones que perpetúan el tráfico de las imágenes y las representaciones. El turista es, al mismo tiempo, el burgués que lee y el *flâneur* que escribe; crea panoramas de su propia imagen. Los medios también participan de esta saturación de los sentidos: filman a aquellos que filman y fotografían a quienes fotografían, es decir, a los turistas y espectadores de la ciudad.

En las ciudades contemporáneas se reciben y se producen pluralidad de narrativas de espacio. "Fabricar imágenes [...] es a la vez apropiarse del espacio y transformarlo" (AUGÉ, 1997a: 162). Por su parte, la ciudad misma se encarga de crear para el paseante una retórica imaginaria; el espacio urbano es diseñado y estructurado a partir de la exploración de los relatos que lo constituyen, articulando los lugares a través de la memoria con el objeto de hacer de la ciudad un "dispositivo para la ensoñación" que se ofrece al visitante (foto 2).


Foto 2. "La Mariposa" de San Victorino.

La ciudad, en la época posmoderna, aspira a ser en sí misma una imagen de ensueño, como se evidencia en la cada vez más frecuente búsqueda estética del urbanismo. Se ha dejado atrás la propuesta moderna de la "ciudad funcional" para desembocar en un espacio urbano que promueva y despierte la sensibilidad y la pasión a través de la composición de una atmósfera que imita el mito (foto 3).


Foto 3. El parque Camelot: composiciones de la fantasía hipermoderna.

Con su "conocimiento" de las ciudades, el turista frecuente crea un "imaginario transnacional" hecho de las conexiones establecidas entre los distintos centros urbanos conocidos, asignándole a cada uno de ellos un lugar de identidad: "La ciudad, su personalidad o lo que ella expresa de una personalidad aún más vasta (la del país en la que se encuentra), todo ello pasa por la imagen" (Augé, 1997a: 155). No obstante, la contemporaneidad y simultaneidad del hecho urbano en la actual etapa de globalización ha conducido a una familiaridad de referentes que desterritorializan y des-historizan la ciudad, prefigurando "... la ciudad planetaria que se asemeja a otras ciudades planetarias, la ciudad de imágenes y de pantallas donde la mirada se enloquece como en un juego de espejos..." (Augé, 1997a: 144), reflejos discontinuos donde la identidad se extravía (foto 4).



Foto 4. Fotografías de las fotografías: el "etnógrafo *flâneur*", productor de imágenes.

Ahora, es la ciudad la que imita la ficción, y no la ficción la que extrae sus argumentos de la realidad urbana. En la ciudad ficticia lo que se pone en cuestión es la vigencia de la individualidad oculta tras la parafernalia de los simulacros (fotos 5 y 6).

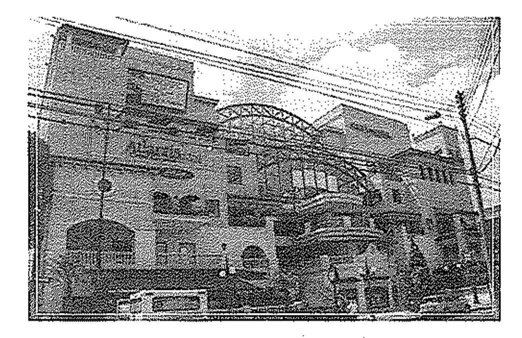


Foto 5. Centro Comercial Atlantis, escenario local de la ciudad-ficción. *Tower Records, Hard Rock Café,* algunos de sus establecimientos, son industrias simbólicas de la "globalización hipermoderna". Una réplica del "estilo Miami", ciudad emblema del turismo global.

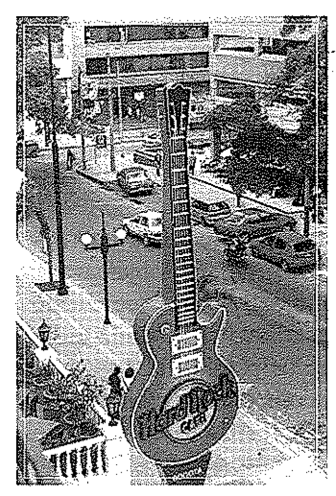


Foto 6. *Hard Rock Café*, Bogotá.

Turistas y ciudadanos

Renato Ortiz retoma los escritos de Benjamín para plantear una distinción entre el *flâneur* y el *badaud.* El *flâneur* es el personaje que hace de los vagabundeos por la ciudad una actividad consciente, mientras el *badaud* es presa de la alienación: "El hombre que transita en medio de la multitud lo hace impulsado por su curiosidad intelectual; deliberadamente toma la decisión de conocer, de escoger los caminos para aprehender, como una máquina fotográfica, los pequeños detalles de la vida cotidiana. El *badaud* erra inconscientemente por la ciudad; mendigo o

caminante, es la materia prima que constituye la masa en las arterias urbanas" (Ortiz, 2000: 113).

El turista, por lo general, habita en la ensoñación. En esa condición transitoria que lo ausenta de sus costumbres rutinarias, los lugares visitados se le aparecen como imágenes de la levedad; para Bachelard, la ensoñación es un estado del alma que produce y percibe imágenes poéticas (Bachelard, 1998). La "atención flotante" del paseante, que se detiene en todos los rostros sin reconocer ninguno, tampoco logra reconocerse en el afán o en las actividades cotidianas en las que se debate el hombre común. Como los viajeros del siglo xix, el turista suele convertir al habitante en un objeto de museo, en un elemento simbólico de su producción imaginaria. El estado de embriaguez e ilusión que producen las imágenes de la ciudad "consumida" tiende a apartar la atención del turista y el paseante de los apremios de sus habitantes.

El turismo de ciudad puede concebirse como una dinámica comunicacional establecida entre la retórica urbana y los transcursos del viajero, el cual es un agente activo en el proceso de construcción de su dimensión imaginaria. No obstante, en esta dinámica participan también los habitantes de la ciudad, quienes se vinculan a las redes de transnacionalización del consumo urbano a partir de diversas tácticas puestas en práctica en el ámbito de las ciudades (De Certeau, 1990), produciendo formas particulares de relación con el espacio que se "proyectan" desde sus condiciones particulares (fotos 7, 8 y 9).

Es importante señalar que esta operación sociocultural se encuentra subordinada a un cierto control político de las élites. "El consumo es un proceso en el que los deseos se convierten en demandas y en actos socialmente regulados" (García Canclini, 1995: 48), en el cual los grupos dominantes de cada conglomerado urbano y nacional cumplen un



Foto 7. Tácticas de inserción a los itinerarios turísticos: recorridos en carroza por La Candelaria, promocionados en el nuevo Eje Ambiental. Al fondo, un *café internet* para viajeros virtuales.



Foto 8. Tácticas de inserción a las redes económicas producidas por la industria del paseo: vendedor ambulante ofreciendo fotografías de la ciudad antigua.



Foto 9. Tácticas de la exclusión. Formas de apropiación de los espacios para la circulación.

papel preponderante. En este contexto, las estrategias de los sectores hegemónicos para la regulación de las dinámicas económicas y sociales no siempre coinciden con los intereses y modalidades de inserción de los demás actores urbanos que aspiran a obtener beneficios de la industria turística.

Pero el habitante de la ciudad no participa exclusivamente de la oferta de bienes turísticos. El ciudadano de hoy se ha convertido en un turista en su propia ciudad, obnubilado por un conjunto de sensaciones de índole diversa que se despliegan en los nuevos escenarios de la contemporaneidad. La gran ciudad se convierte en un espectáculo no sólo para el turista, sino para los habitantes de las periferias, quienes acuden a los altos lugares creados en las centralidades urbanas como espectadores de una proliferación de símbolos de la sociedad de consumo y del culto a la estética expresado en la monumentalidad arquitectónica, en la fusión de arte y diseño urbano y en la proliferación de proyecciones mediáticas y publicidad, que pueden suscitar "tanto la violencia como la fascinación" (Augé, 1997a: 168).

Por todo lo anterior, la oferta y el consumo turísticos deben articularse con un ejercicio reflexivo de la ciudadanía, en la cual ésta participe activamente en el planteamiento de las condiciones de orden material, simbólico, jurídico y político que organizan las iniciativas destinadas al estímulo del turismo urbano. Estas acciones políticas "... implican una concepción del mercado no como simple lugar de intercambio de mercancías sino como parte de interacciones socioculturales más complejas" (García Canclini, 1995: 53).

Se puede hacer una paráfrasis entre la distinción de *flâneur* y *badaud* planteada por Benjamín y la que García Canclini efectúa en términos de ciudadano y consumidor: "Podemos actuar como consumidores situándonos sólo en uno de los procesos de interacción –el que regula el mercado– y también podemos ejercer como ciudadanos una reflexión y una experimentación más amplia que tome en cuenta las múltiples potencialidades de los objetos (y el espacio urbano), que aproveche su 'virtuosismo semiótico', en los variados contextos en que las cosas nos permiten encontrarnos con las personas" (García Canclini, 1995: 54). Esto requiere un compromiso de parte de los ciudadanos y un proceso de toma de conciencia referido a la necesidad de participar activamente en la toma de decisiones sobre el rumbo que deben tomar los procesos urbanos. De lo contrario, permaneceremos presos de la ensoñación, condenados a ver apenas las sombras de las cosas, sin estar dispuestos a conocer de cerca las variables que influyen en la determinación de nuestros destinos (Saramago, 2001).

No se puede olvidar que el turista contemporáneo es con frecuencia habitante de ciudades; por su condición moderna está sujeto a los designios de un sistema que lo integra al mundo. En ese sentido, comparte con los otros a quienes visita una misma suerte, la del retorno al hogar al cabo del viaje por una senda que conduce invariablemente a la experiencia del desencantamiento (foto 10):



Foto 10. ¿Transmilenio o La Caverna? Viajeros urbanos por las redes de circulación. Las lógicas de eficiencia y competitividad capitalista son objeto de un simulacro estético (la ciudad Disney).

"... mientras la descripción de Anastasia no hace sino despertar los deseos, uno tras otro, para obligarte a ahogarlos, a quien se encuentra una mañana en medio de Anastasia los deseos se le despiertan todos juntos y lo rodean. La ciudad se te aparece como un todo en el que ningún deseo se pierde y del que tú formas parte, y como ella goza de todo lo que tú no gozas, no te queda sino habitar ese deseo y contentarte. Tal poder, que a veces dicen maligno, a veces benigno, tiene Anastasia, ciudad engañosa: si durante ocho horas al día trabajas tallando ágatas ónices crisopacios, tu afán que da forma al deseo toma del deseo su forma, y crees que gozas de toda Anastasia cuando sólo eres su esclavo" (Calvino, 1990: 27).

La urbe, como escenario plural de cruces y confluencias, exige una aproximación más detenida a sus expresiones socioculturales, con el fin de procurar que sus habitantes sean también sujetos activos en la construcción de la ciudad soñada.

Bibliografía

Augé, Marc. *La guerre des rêves*, Paris, Seuil, 1997.
Augé, Marc. *L'impossible voyage*, Paris, Éditions Payot & Rivages, 1997.
Bachelard, Gaston. *La poética de la ensoñación*, Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1998.
Benjamín, Walter. *Poesía y capitalismo*, 2.ª ed., Madrid, Taurus, 1999.
Calvino, Italo. *Las ciudades invisibles*, 2.ª ed., Madrid, Siruela, 1999.
Cané, Miguel. "Bogotá", en José Luis Díaz Granados, *Viajeros extranjeros por Colombia*, Bogotá, Biblioteca Familiar Presidencia de la República, 1997.
D'Espagnat, Pierre. "Dos nidos de gerifaltes", en José Luis Díaz Granados, *Viajeros extranjeros por Colombia*, Bogotá, Biblioteca Familiar Presidencia de la República, 1997.
De Certeau, Michel. *L'invention du quotidien*, Paris, Seuil, 1990.
García Canclini, Néstor. *Ciudadanos y consumidores*, México, Edit. Grijalbo, 1995.
Gómez de la Serna, Gaspar. *Los viajeros de la Ilustración*, Madrid, Alianza, 1974.
Hamilton, John Potler. "Santafé de Bogotá (1824)", en José Luis Díaz Granados, *Viajeros extranjeros por Colombia*, Bogotá, Biblioteca Familiar Presidencia de la República, 1997.
Lemoyne, Augusto. "De Honda a Bogotá", en José Luis Díaz Granados, *Viajeros extranjeros por Colombia*, Bogotá, Biblioteca Familiar Presidencia de la República, 1997.
Lisboa, Miguel María. "La ciudad de Bogotá", en José Luis Díaz Granados, *Viajeros extranjeros por Colombia*, Bogotá, Biblioteca Familiar Presidencia de la República, 1997.
Ortiz, Renato. *Modernidad y espacio. Benjamin en París*, Bogotá, Edit. Norma, 2000.
Ortiz, Renato. *Otro territorio*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998.
Romero, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Medellín, Universidad de Antioquia, 1999.
Saramago, José. *La caverna*, Bogotá, Edit. Alfaguara, 2001.
Wegener, Georg. "Cartagena de Indias", en José Luis Díaz Granados, *Viajeros extranjeros por Colombia*, Bogotá, Biblioteca Familiar Presidencia de la República, 1997.